

**PENINGKATAN DONASI ONLINE DENGAN OPTIMALISASI WEBSITE**  
***INCREASING ONLINE DONATIONS WITH WEBSITE OPTIMIZATION***

**Aris Puji Purwatiningsih<sup>1\*</sup>, Farrikh Alzami<sup>2, 3</sup>, Sulis Adyana<sup>3</sup>**  
**Aries Setiawan<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Dian Nuswantoro  
Jl. Imam Bonjol No.207, Pendrikan Kidul, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang  
Jawa Tengah 50131  
*aris.puji.p@dsn.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Yayasan Alumni SMU 3 Semarang angkatan tahun duaribu bergerak di bidang sosial, pendidikan dan kesejahteraan memiliki jaringan alumni yang luas dan beragam. Ini dapat memberikan akses ke sumber daya manusia yang beragam dalam berbagai bidang pengetahuan dan keahlian. Dengan bekerja sama dengan yayasan alumni, dapat memanfaatkan kekayaan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh para alumni untuk mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Namun permasalahan yang dihadapi Alfo Duaribu saat ini adalah belum adanya website untuk mendukung keberhasilan peningkatan donasi untuk mendukung operasional semua program kegiatan Alfo Duaribu. Oleh karena itu, Alfi Duaribu bekerjasama dengan tim dosen dari Universitas Dian Nuswantoro untuk membantu membuat prototipe website yang bisa memperluas pemasaran Alfo Duaribu. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan yaitu identifikasi masalah, pengumpulan data menggunakan studi literatur dan penyebaran kuesioner, Analisis perencanaan, implementasi, kesimpulan dan saran. Melalui kemitraan ini dihasilkan prototipe website Alfo Duaribu yang berisi semua *campaign* dan kegiatan rutin yang dilakukan Alfo Duaribu, yang diharapkan bisa meningkatkan akuntabilitas dan informasi kepada seluruh Alumni dan masyarakat luas, sehingga diharapkan akan bisa meningkatkan jumlah donasi yang diperoleh.

*Keywords: Alfo, , Donasi, Pemasaran, Prototipe, Website*

**ABSTRACT**

*Alfo Duaribu are The SMU 3 Semarang Alumni Foundation, class of the year 2000, operates in the fields of social, educational and welfare and has a wide and diverse alumni network. This can provide access to diverse human resources in various areas of knowledge and expertise. By collaborating with alumni foundations, alumni can utilize the wealth of experience and knowledge they have to support community service activities. However, the problem facing Alfo Duaribu is that there is no website to support the success of increasing donations to support the operations of all Alfo Duaribu program activities. Therefore, Alfo Duaribu collaborated with a team of lecturers from Dian Nuswantoro University to help create a website prototype that could expand Alfo Duaribu's marketing. The methods for implementing the activities were problem identification, data collection using literature studies and distributing questionnaires, planning analysis, implementation, conclusions and suggestions. Through this partnership, a prototype of the Alfo Duaribu website was produced which contains all the campaigns and routine activities carried out by Alfo Duaribu, which is expected*

*to increase accountability and information to all Alumni and the wider community, so it is hoped that the number of donations received will be increased.*  
*Keywords: Alfo, Donation, Marketing, Prototype, Website*

## 1. PENDAHULUAN

### Analisis Situasi

Teknologi informasi merupakan metode atau cara yang digunakan dalam pemrosesan, penyusunan, penyimpanan dan pemanipulasian data melalui berbagai cara untuk mendapatkan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu pada berbagai kegiatan bisnis maupun kegiatan lainnya. Cara kerja teknologi informasi bisa menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan sebagai penghubung antar komputer agar data bisa dinikmati pengguna atau *user* (Jogiyantom 2008). Saat ini hampir seluruh lapisan masyarakat tidak bisa lepas dari pengaruh perkembangan teknologi informasi, karena informasi merupakan kebutuhan yang tidak bisa ditinggalkan, baik berupainformais ilmu pengetahuan, maupun sekedar informasi yang bersifat hiburan. Pemahaman tentang dinamika modal sosial dalam konteks crowdfunding dapat membantu meningkatkan keberhasilan kampanye crowdfunding, serta memberikan wawasan bagi para pengusaha dan investor dalam penggunaan crowdfunding sebagai alat penggalangan dana. Seperangkat komputer Sebagai pengguna internet (*user*) saat ini dituntut bisa mengikuti dan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat. Teknologi informasi menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis apapun saat ini, karena teknologi informasi sangat mudah diakses semua lapisan masyarakat dan murah. Karena hal tersebut, teknologi informasi menjadi sarana promosi yang sangat efisien untuk pada semua kegiatan bisnis. Salah satu hasil kemajuan teknologi informasi yang bisa digunakan sebagai media promosi bisnis adalah Website.

Strategi pengumpulan dana *platform digital* oleh para enterprener yang sedang populer saat ini adalah *Crowdfunding* berbasis donasi telah mendapatkan popularitas di seluruh dunia (Cai, W., Polzin, F., & Stam, E. 2021). *Crowdfunding* adalah cara alternatif untuk melakukan pengumpulan dana, intinya crowdfunding terbuka untuk semua orang, baik pribadi, kelompok, bidang ekonomi, dan mereka secara finansial berkontribusi kepada proyek, produk, dan ide-ide yang tidak membutuhkan dana yang besar (Pratono, A. H., et al., 2020). Proyek-proyek *crowdfunding* biasanya dilakukan oleh pribadi, atau kelompok orang yang mencari dana agar proyeknya berhasil. *Crowdfunding* telah banyak digunakan oleh banyak enterpreneur untuk memperoleh dana secara efektif, terutama pada industri kreatif (Song, Y., Dana, L. P., & Berger, R. (2021)). Selain pada industri kreatif, *crowdfunding* berbasis donasi telah menjadi saluran baru untuk memberikan dukungan moneter untuk inisiatif nirlaba, prososial, dan "berbuat baik" lainnya. Ini adalah jenis filantropi yang mencerminkan paradigma amal online yang muncul dan inovatif (Gerber, L., & Hui, J., 2013). Modal psikologis positif, seperti harapan, ketahanan, optimisme, dan keyakinan diri, memiliki pengaruh positif pada kinerja crowdfunding, sehingga. Kampanye crowdfunding dengan bahasa modal psikologis positif memiliki lebih banyak pendukung,

mencapai tujuan pendanaan lebih cepat, dan memperoleh lebih banyak dukungan finansial daripada kampanye yang menggunakan bahasa modal psikologis negatif atau netral (Anglin, A. H., Short, J. C. et al., 2018).

Mirip dengan model *crowdfunding* lainnya, model *crowdfunding* berbasis donasi terdiri dari tiga elemen: penggagas/penggalang dana kampanye, donatur/pendukung, dan platform online. Platform *crowdfunding* berbasis donasi menawarkan peluang bagi penggalangan dana untuk meluncurkan kampanye sebagai panggilan terbuka melalui internet untuk donasi untuk tujuan amal dalam jangka waktu tertentu (Shneor dan Munim 2019). Dibandingkan dengan pemberian amal tradisional, dengan bantuan teknologi informasi, *crowdfunding* berbasis donasi dikatakan dapat mengurangi biaya koordinasi dan transaksi yang terkait dengan pengumpulan donasi secara signifikan (Choy dan Schlagwein 2016). Agar kampanye pada website berhasil perlu diperhatikan dimensi proyek mencakup faktor-faktor seperti kualitas proyek, ukuran target, dan jenis proyek. Dimensi kampanye mencakup faktor-faktor seperti durasi kampanye, jumlah pendukung, dan jenis reward yang ditawarkan. Sementara itu, dimensi sosial mencakup faktor-faktor seperti dukungan dari kelompok sosial dan jaringan. Keberhasilan kampanye *crowdfunding* dipengaruhi oleh faktor-faktor yang kompleks dan saling terkait. Oleh karena itu, dalam merencanakan kampanye *crowdfunding*, perlu mempertimbangkan sisi multi-aspek agar kampanye tersebut dapat mencapai tujuannya (Lagazio, C., & Querci, F., 2018). Website juga semakin efektif karena modal sosial dapat berubah seiring dengan waktu, karena kampanye *crowdfunding* dapat memperkuat dan membangun modal sosial yang ada, serta menciptakan modal sosial baru. Selain itu, modal sosial dapat mempengaruhi pengalaman dan keputusan pendukung dalam proses *crowdfunding* (W., Polzin, F., & Stam, E., 2021). Indonesia terpilih menjadi negara paling dermawan di seluruh dunia sepanjang masa Pandemi Covid-19 dan pada tahun 2021 Indonesia kembali menjadi negara paling dermawan di dunia, setelah sebelumnya pada tahun 2018 Indonesia meraih predikat yang sama (Potensi, 2021). Hal ini bisa menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih memiliki kepedulian sosial terhadap kesulitan orang lain dan ingin mengambil peran dalam kegiatan-kegiatan penggalangan dana untuk membantu kesulitan orang lain. Kopernik, dan GoPay juga meluncurkan “GoPay *Digital Donation Outlook 2020*” sebagai gambaran tentang ekosistem donasi digital di Indonesia pada akhir tahun 2020 (Potret, 2021). Berdasarkan kegiatan ini, didapatkan hasil bahwa generasi milenial lebih sering melakukan donasi dibandingkan kelompok usia lainnya, bahkan angka donasi digital pada masa pandemi COVID-19 meningkat sampai 72% dibandingkan sebelumnya.

Alfo (Alste Foundation) adalah yayasan yang dibentuk para alumni SMU 3 Semarang angkatan 1997-2000 yang berjumlah 600 orang. Anggota Alste 2000 sebagian besar lahir ada tahun 1980 sampai 1984 sehingga masuk dalam kelompok generasi millennial. Sebagai informasi, Alfo (Yayasan Alste 2000) sejak dibentuk pada tahun 2010 telah melakukan beberapa kegiatan penggalangan donasi untuk melakukan kegiatan sosial seperti beasiswa untuk alumni dan masyarakat keluarga Alumni, kegiatan santunan kematian untuk alumni dan guru SMU 3 Semarang, pengumpulan donasi untuk buka bersama, pengumpulan donasi untuk zakat dan

sedekah, pengumpulan donasi untuk kegiatan sunat masal, pengumpulan donasi untuk korban banjir dan bencana alam lainnya, dan beberapa kegiatan donasi untuk kegiatan *insidental* lainnya. Berikut adalah beberapa kegiatan penyaluran donasi yang dilakukan Alfo pada bulan Ramadhan ini.



Sumber: Alfo Duaribu, 2023

**Gambar 1.** Kegiatan Alfo Dua ribu

## 2. METODE PENGABDIAN

Metode yang akan dilakukan pada Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat untuk membuat Promosi dan Peningkatan Donasi pada Yayasan Alfo Duaribu Melalui Penggunaan Website adalah sebagai berikut:

### 1. Identifikasi Masalah

Pada tahap Identifikasi Masalah dilakukan oleh tim Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang terdiri dari dosen dan mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro melalui pengidentifikasian masalah Untuk mengetahui masalah apa saja yang ada di tempat penelitian.

2. Pengumpulan Data dilakukan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Dian Nuswantoro bersama mitra yaitu pengurus Yayasan Alfo Duaribu. Pada tahap Pengumpulan Data dilakukan pengumpulan data yang relevan secara teoritis dari sumber yang jelas melalui:

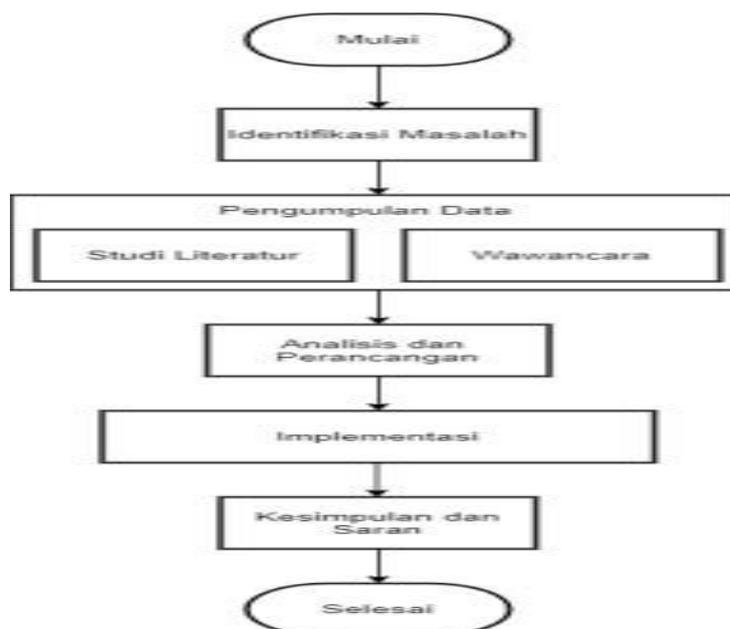
a. Studi Literatur Studi literatur dilakukan untuk mencari referensi yang didapat dari berbagai macam sumber seperti buku, jurnal ilmiah dan artikel-artikel ilmiah lainnya baik dalam bentuk elektronik (e-book), maupun berbentuk cetak untuk mendapatkan teori yang relevan dari masalah yang sudah diidentifikasi.

b. Penyebaran Kuesioner Pada tahap Penyebaran Kuesioner dilakukan

penyebaran kuesioner secara online kepada anggota Alste Duaribu yang menjadi salah satu calon donatur terkait permasalahan yang terdapat di tempat pengabdian kepada masyarakat dan hal apa yang menjadi harapan perbaikan untuk Alfo Duaribu.

3. Analisis dan Perancangan yang dilakukan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Dian nuswantoro. Pada tahap Analisis dan Perancangan dilakukan analisis untuk membangun aplikasi donasi dengan integrasi payment gateway sebagai media metode pembayaran online. Dikarenakan banyak sekali kebingungan yang terjadi saat proses pembangunan sehingga harus dilakukan analisis yang mendalam agar solusi yang ditawarkan tepat sasaran.
4. Kesimpulan & Saran, dilakukan bersama dilakukan bersama antara tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Dian nuswantoro dan mitra Yayasan Alfo Duaribu. Pada tahap Kesimpulan & Saran akan dilakukan penyimpulan dari penelitian yang penyelesaian masalah yang sudah diidentifikasi dan juga saran rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

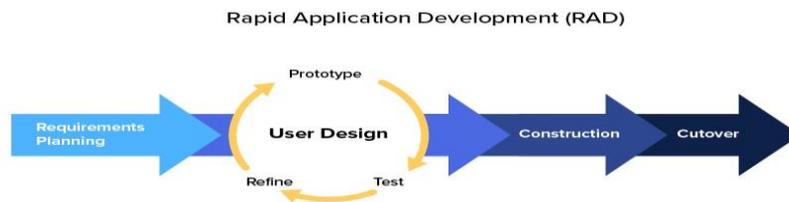
Berikut adalah gambar untuk metode yang dipakai dalam pembuatan prototipe website.



Sumber: dikembangkan untuk kegiatan ini, 2023

**Gambar 2.** Metode Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Untuk pembuatan Website, metode yang digunakan adalah Rapid Application Development (RAD), yang akan dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:



Sumber: dikembangkan untuk kegiatan ini, 2023

**Gambar 3.** Metode Pembuatan Website

#### 1. Requirements Planning (Rencana Kebutuhan)

Pada tahap ini merupakan tahap awal pengembangan sistem, pada tahap ini pengguna dan analis bertemu untuk menentukan tujuan aplikasi atau batasan objek sistem untuk memecahkan masalah.

#### 2. User Design (Desain Sistem)

Pada tahap ini, proses desain dan proses perbaikan desain diulang jika masih terdapat perbedaan desain dari kebutuhan pengguna yang teridentifikasi pada fase sebelumnya. Tujuan dari tahap ini adalah untuk merencanakan operasi dari arsitektur sistem secara umum dan untuk meningkatkan pemahaman terhadap masalah berdasarkan analisis

#### 3. Construction (Pengembangan)

Pada tahap ini desain sistem yang telah dibuat dan disepakati, diubah kedalam bentuk aplikasi. Pada tahapan ini juga kegiatan pengembangan dan integrasi dengan bagian bagian lainnya terus mempertimbangkan kebutuhan pengguna.

#### 4. Cutover (Implementasi)

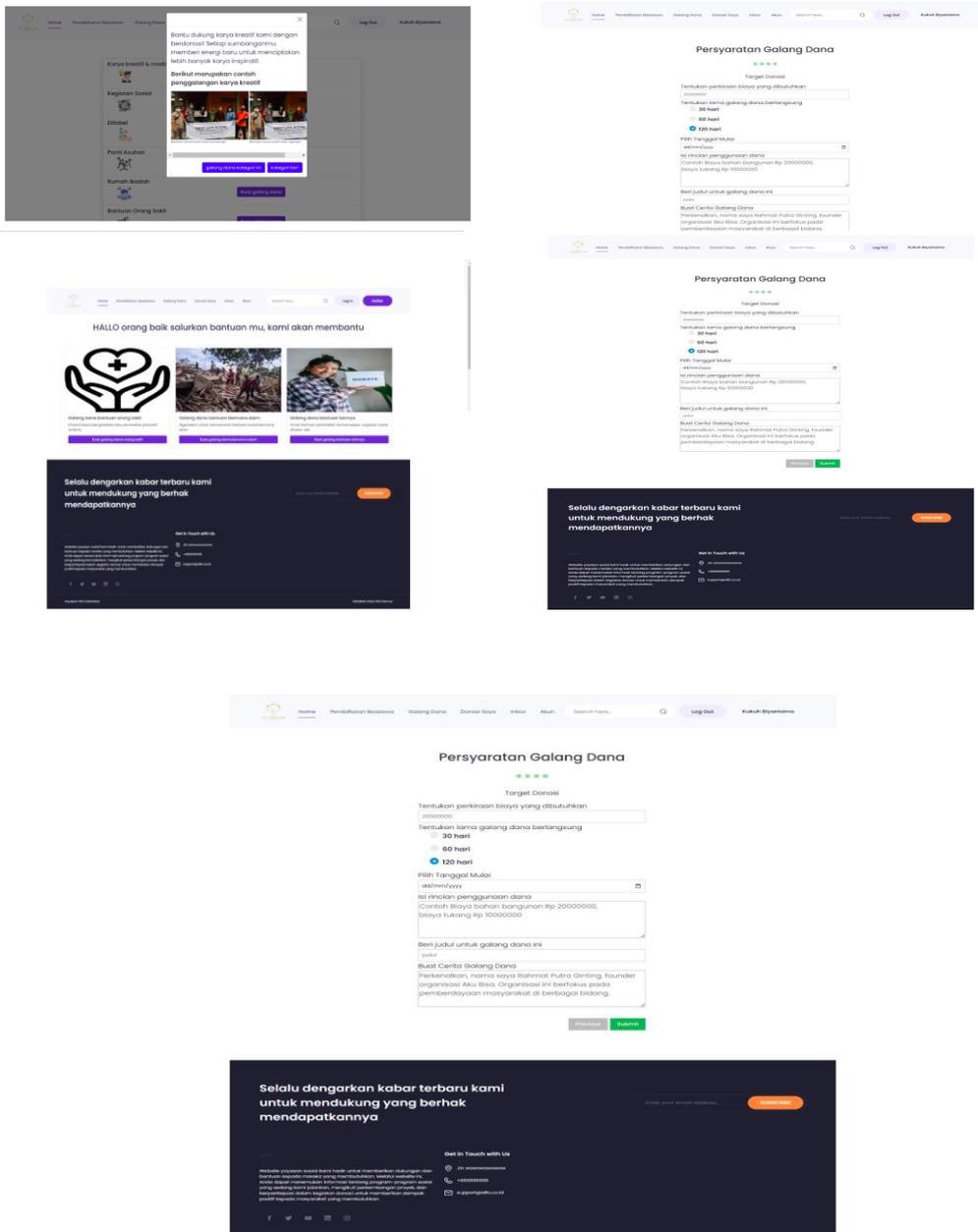
Pada tahapan ini pengembang bertugas untuk melanjutkan pengkodean (Coding) melalui review pengembang, berdasarkan desain sistem yang dibuat oleh perancang sistem

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kegiatan pengabdian Masyarakat diawali dengan diskusi secara intensif dengan pengurus Yayasan Alfo 200. Diskusi tim sebelum dilakukan kegiatan pembuatan prototipe website bertujuan untuk memetakan permasalahan yang terjadi dan dialami oleh tim serta untuk menentukan jadwal kegiatan dan materi yang akan disampaikan dalam pembuatan prototipe website. Diskusi ini juga dapat digunakan untuk melakukan refleksi terhadap kesalahan yang mungkin terjadi dan menentukan langkah-langkah yang harus dilakukan selama proses pembuatan prototipe website. Selain itu, diskusi tim juga dapat digunakan sebagai tahap evaluasi dan pelaporan, di mana tim dapat membandingkan kondisi sebelum dan sesudah dilaksanakannya program dengan metode wawancara dan observasi. Diskusi dengan stakeholder juga dapat membantu dalam memahami kebutuhan dan harapan mereka terhadap prototipe website yang akan dibuat Dengan demikian, diskusi tim sebelum pembuatan prototipe website memiliki tujuan untuk memetakan permasalahan, menentukan jadwal dan materi, melakukan

refleksi, dan memahami kebutuhan stakeholder. Selanjutnya dimulai kegiatan pembuatan prototipe website pada tampilan di bawah ini.





Sumber: Alfo Duaribu, 2023  
**Gambar 4.** Tampilan Prototipe Website

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

##### Simpulan

Melalui pembuatan prototipe website ini diharapkan akan mampu meningkatkan kepercayaan calon donatur untuk tetap melanjutkan donasi melalui Alfo 2000. Prototipe website ini masih memerlukan banyak perbaikan dan penyempurnaan baik dalam segi fasilitas maupun menu-menu pada website.

##### Saran

Tindak lanjut dari kegiatan ini adalah melakukan penyempurnaan konten website dan pelayanan yang disediakan oleh website

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada Universitas Dian Nuswantoro yang telah memberikan hibah internal program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dengan nomor kontrak 049/A.38-04/UDN-09/V/2023

#### DAFTAR PUSATAKA

- Anglin, A. H., Short, J. C., Drover, W., Stevenson, R. M., McKenny, A. F., & Allison, T. H. (2018). The power of positivity? The influence of positive psychological capital language on crowdfunding performance. *Journal of Business Venturing*, 3(4), 0492. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2018.03.003>
- Cai, W., Polzin, F., & Stam, E. (2021). Crowdfunding and social capital: A systematic review using a dynamic perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 162. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120412>.
- Choy, K., & Schlagwein, D. (2016). Crowdsourcing for a better world: On the relation between IT affordances and donor motivations in charitable crowdfunding. *Information Technology and People*, 29(1), 221–247. <https://doi.org/10.1108/ITP-09-2014-0215>
- Gerber, E. M., & Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 20(6). <https://doi.org/10.1145/2530540>.
- Lagazio, C., & Querci, F. (2018). Exploring the multi-sided nature of crowdfunding campaign success. *Journal of Business Research*, 90, 318–324. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2018.05.031>.
- Pratono, A.H. et al (2020) Crowdfunding in digital humanities: some evidence from Indonesian social enterprises, *Aslib Journal of Information Management* 72(2), 287-303.
- Shneur, R., & Munim, Z. H. (2019). Reward crowdfunding contribution as planned behaviour: An extended framework. *Journal of Business Research*, 103, 56–70. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.013>.
- Song, Y., Dana, L. P., & Berger, R. (2021). The entrepreneurial process and online social networks: forecasting survival rate. *Small Business Economics*, 56(3), 1171–1190. <https://doi.org/10.1007/S11187-019-00261-7/METRICS>
- W., Polzin, F., & Stam, E. (2021). Crowdfunding and social capital: A systematic review using a dynamic perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120412. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2020.120412>

Zhang, Z., Song, Y., Sahut, J. M., & Hong, P. (2022). How to establish a coordinated supervisory mechanism of internet finance companies in China? *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne DesScienceeAdministration*,39(3),259273.<https://doi.org/10.1002/CJAS.1645>